

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil KSPPS BMT NU Cabang Larangan

1. Sejarah KSPPS BMT NU Cabang Larangan

KSPPS BMT NU Cabang Larangan terletak di selatan pasar Blumbungan, Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan. Latar belakang berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Larangan bermula karena koperasi yang sebelumnya didirikan oleh MWC NU mengalami penurunan atau bangkrut. Karena di bidang perekonomian MWC NU memang harus ada atau harus mendirikan koperasi. Sehingga MWC NU berinisiatif mengajukan permohonan kepada direktur KSPPS BMT NU Jawa Timur yang terletak di Gapura Sumenep untuk mendirikan KSPPS BMT NU Cabang Larangan. Dengan berbagai macam pertimbangan akhirnya permohonan tersebut disetujui dan disahkan pada tanggal 17 November 2015 dengan lima orang pengelola yakni Bapak Zainuddin sebagai Kepala Cabang, Lutfi Rahman sebagai bagian tabungan, Mahrus Jailani sebagai bagian pembiayaan, Sofiatul Maulidiyah sebagai bagian keuangan, dan Irma Munafatillah sebagai teller. Kepengurusan tersebut berjalan 3 tahun, hingga maret

2018 menjadi transisi semua struktur pengelola diganti Ibu Fariqul Isbahah dengan enam pengurus lainnya.³⁴

2. Visi dan Misi KSPPS BMT NU

a. Visi

Menjadi BMT NU yang amanah, mandiri, berkah dan bermanfaat sehingga unggul dalam layanan maupun kinerja secara berkelanjutan menuju tahun 2028 dengan 128 cabang dan asset 1,8 Triliun untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota dan umat.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan yang berkesinambungan menuju terbentuknya 128 kantor cabang dengan asset 1,8 Triliun pada tahun 2028.
- 2) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan amanah sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 3) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang amanah dan profesional dengan memiliki integritas dan loyalitas.

³⁴ Fariqul Isbahah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Larangan, *Wawancara langsung* (9 Januari 2024)

- 4) Memperkuat keunggulan pelayanan, kinerja dan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan sesuai management berbasis kehati-hatian.
- 5) Memperkuat kepedulian anggota serta sinergi ekonomi antar anggota dan umat.
- 6) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah sesuai Ahlussunnah wal Jama'ah an nahdliyah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang amanah dan berkah.
- 7) Mengoptimalkan penghimpunan dan penyaluran infaq, shodaqoh, dan waqaf.
- 8) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada Anggota dan Umat dengan berbasis dana Tamwil dan Maal.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada anggota, umat dan lingkungan sesuai jati diri Nahdatul Ulama.³⁵

3. Badan Hukum

Sesuai dengan surat izin pembukaan kantor cabang koperasi Nomor: P2T/17/09/04/01/XI/2016 menyetujui pembukaan kantor cabang koperasi simpan pinjam yang beralamatkan di dusun Tomang Mateh RT/RW 02/09, desa

³⁵ www.bmtnujatim, diakses 10 januari 2024

Blumbungan kecamatan Larangan kabupaten Pamekasan provinsi Jawa Timur dengan dasar pertimbangan pengesahan sebagai berikut:

- a. Surat permohonan dari koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah baitul maal wat tamwil nuansa umat provinsi Jawa Timur tanggal 07 Oktober 2016, Nomor: 2404/69/kspps/bmt nu/X/2016 diterima tanggal 18 Oktober 2016
- b. Surat kepala dinas koperasi dan umkm provinsi Jawa Timur Tanggal 25 Oktober 2016, Nomor: 518.1/21316/108.2/2016.

Yang diterbitkan di Surabaya pada tanggal 08 November 2016.³⁶

4. Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Cabang Larangan

Berikut struktur organisasi yang terdapat pada KSPPS BMT NU Cabang Larangan Pamekasan sebagai berikut:

- 1) Kepala cabang : Fariqul Isbahah, S.E
- 2) Bagian keuangan dan administrasi : Yuliana Inti Sari, S.E
- 3) Teller : Ayu Sulaihah, S.E
- 4) Staff layanan : Silviana Ayu, S.E
- 5) Bagian tabungan : Ainur Rosyadi, S.E
- 6) Juru tabungan : Wasilatur Rahmah, S.E , Feby Tri Oktaviani, S.E
- 7) Bagian pembiayaan : Moh. Jamali, S.Pd

³⁶ www.bmtnujatim, diakses 10 januari 2024

8) Bagian lasisma : Suramlah, S.E

9) Juru Lasisma : Maunatul Faizah, S.E

5. Produk-produk BMT NU

Keberadaan kantor pusat maupun kantor cabang untuk melayani produk jasa perbankan yang disediakan oleh BMT NU Cabang Larangan. Antara lain:³⁷

a. Simpanan

1) Siaga

Disediakan bagi yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU menggunakan akad musyarakah. Siaga terdiri dari : siaga pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 100.000, siaga wajib per bulan Rp. 20.000, dan siaga khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000. Siaga pokok dan wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti keanggotaan, sedangkan siaga khusus dapat ditarik setiap bulan januari.

2) Sidik Fathonah

Simpanan bagi yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan. Menggunakan akad mudlarabah mutlaqah. Setoran kapan saja dan

³⁷ Brosur BMT NU Jawa Timur

penarikan tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2.500 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500.

3) Sajadah

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi, menggunakan akad wadiah yad al-dhamanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) Siberkah

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65%. Menggunakan akad mudlarabah mutlaqah. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 9 (Sembilan) bulan.

5) Sahara

Simpanan yang dapat mempermudah menunaikan haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umrah. Menggunakan akad mudlarabah mutlaqah. Setoran awal minimal Rp. 100.000, setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika melaksanakan haji dan umrah kecuali udzur syar'i.

6) Sabar

Simpanan yang mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55%.

Menggunakan akad mudlarabah mutlaqah dengan setoran awal Rp. 5.000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

7) Tabah

Tabungan yang bisa mempermudah anggota dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Menggunakan akad mudlarabah mutalaqah. Setoran awal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500.

8) Tarawi

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, karena bagi hasil tabungan di sedekahkan kepada fakir miskin dan yatim piatu. Menggunakan akad mudlarabah mutlaqah dengan setoran awal Rp. 10.000, dan selanjutnya minimal Rp. 5.000 dengan bagi hasil 50%.

b. Pembiayaan

1) Al-Qardul Hasan

Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya dengan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan dan atau cash tempo.

2) Murabahah dan Ba'I Bitsamanil Ajil

Pembiayaan dengan pola jual beli barang. Harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin/keuntungan BMT NU. Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan (bai' bitsamanil ajil) dan atau cash tempo (murabahah).

3) Mudlarabah dan Musyarakah

Pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (mudlarabah) atau sebagian modal kerja (musyarakah) dengan pola bagi hasil. Bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil berdasarkan kesepakatan (mudlarabah) atau sesuai proporsi modal (musyarakah). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan dan atau cash tempo.

4) Rahn / Gadai

Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 95% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. BMT NU mendapatkan ujroh / ongkos penitipan

barang setiap harinya sebesar Rp. 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang.

5) Pembiayaan tanpa jaminan

Layanan berbasis jamaah (Lasisma) merupakan layanan pinjaman / pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok.

B. Paparan Data

Berdasarkan penelitian yang meneliti kerjakan dilapangan, baik dengan cara observasi, wawancara maupun dokumentasi, maka peneliti akan memaparkan data-data sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan.

Dalam menentukan untuk memilih produk yang akan digunakan, pihak KSPPS BMT NU Cabang Larangan melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Strategi pemasaran sangatlah penting dalam meyakinkan seseorang untuk mencapai suatu keberhasilan dalam suatu perusahaan. Strategi pemasaran adalah rencana terperinci yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis tertentu dengan memanfaatkan berbagai teknik pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar, pesaing, dan pelanggan. Strategi pemasaran juga harus melibatkan penggunaan analisis data dan evaluasi kinerja secara berkala untuk menyesuaikan strategi

dengan perubahan lingkungan bisnis untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

KSPPS BMT NU adalah lembaga keuangan berbasis syariah yang diminati banyak orang. Strategi pemasaran produk simpanan lebaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Larangan sesuai dengan pemasaran pada umumnya, dimana dalam pemasarannya menggunakan tiga elemen dari pemasaran modern yaitu, Segmentasi, Targeting, dan Positioning serta menggunakan 4 bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Fariqul Isbahah selaku kepala cabang dalam wawancara berikut:

“Dalam melakukan pemasaran pihak BMT NU harus terlebih dahulu melakukan segmentasi pasar di mana dalam segmentasi ini pihak BMT NU mengetahui apa saja yang diperlukan untuk setiap anggota sehingga kita bisa memasarkan produk simpanan lebaran ini. Contohnya kita datang ke pasar untuk bersosialisasi kepada pedagang dan menjelaskan keunggulan yang ada di dalamnya.”³⁸

Setelah melakukan segmentasi pasar, maka langkah selanjutnya dari BMT NU Cabang Larangan adalah target pasar sasaran yang diinginkan. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Ainur Rosyadi selaku Bagian Tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Larangan, beliau menyampaikan:

“Setelah melakukan segmentasi pasar, kita menentukan target. Hal tersebut bertujuan agar produk yang dilakukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh anggota. Selain kita punya target untuk simpanan lebaran

³⁸ Fariqul Isbahah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Larangan, *Wawancara langsung* (9 Januari 2024)

sendiri dek, kita juga fokuskan ke warga yang memiliki usaha atau pedagang. Untuk target anggota simpanan lebaran sendiri kita inginnya sebanyak mungkin cuma itu tergantung individunya.”³⁹

Pernyataan tersebut juga didukung oleh staff pelayanan yaitu Silviana Ayu, dalam cuplikan wawancaranya, yaitu:

“Mendapatkan anggota baru tidaklah gampang dan seringkali melibatkan usaha yang besar serta kesabaran yang tinggi. Perlu waktu dan upaya yang berkelanjutan untuk membangun hubungan dengan calon anggota potensial. Hal ini memerlukan strategi pemasaran yang efektif, komunikasi yang baik, serta penawaran produk atau layanan yang menarik bagi para anggota. Maka dari itu, pihak BMT NU terjun ke lapangan untuk menyebarkan brosur lalu menjelaskan kepada calon anggota tentang produk yang ada dan mengajak mereka untuk bergabung menjadi anggota di BMT NU.”⁴⁰

Dari pendapat diatas dapat dipaparkan bahwasanya sebelum melaksanakan tentang strategi pemasaran dalam paparan pertama yang harus diketahui adalah segmentasi pasar sasaran yaitu mengetahui apa yang diinginkan oleh calon anggota. Pihak BMT NU Cabang Larangan juga mempunyai cara efektif dalam melakukan strategi pemasaran yaitu dengan cara mendatangi langsung calon anggota dengan menyebarkan brosur, mendatangi anggota lama lalu menjelaskannya serta mengajaknya untuk bergabung menjadi bagian dari anggota di BMT NU Cabang Larangan.

Setelah memperhatikan STP, selanjutnya BMT NU Cabang Larangan melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*) meliputi *product*, *price*, *place*, dan

³⁹ Ainur Rosyadi, Bagian Tabungan BMT NU Cabang Larangan, *Wawancara langsung* (9 Januari 2024)

⁴⁰ Silviana Ayu, Staff Pelayanan BMT NU Cabang Larangan, *Wawancara langsung* (13 Januari 2024)

promotion. Untuk promosi yang di lakukan pada saat pemasaran produk simpanan lebaran sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Fariqul Isbahah selaku kepala cabang dalam wawancara berikut:

"Untuk simpanan lebaran biasanya kita jelaskan terlebih dahulu, apa maksud dari tabungan tersebut, keunggulannya, seperti apa prosedurnya dan bagi hasil yang didapatkan. Biasanya pemasaran seperti ini kami lakukan di keramaian seperti di pasar, di majlis muslimatan dan datang langsung ke rumah-rumah atau ke toko kelontong."⁴¹

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses promosi untuk memperkenalkan produk simpanan lebaran pada saat pemasaran produk simpanan lebaran yaitu dengan menjelaskan tentang apa saja keunggulan serta keuntungan bagi hasilnya yang didapatkan dari simpanan lebaran.

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak Ainur Rosyadi selaku bagian tabungan, beliau menyampaikan:

"Setelah menjelaskan tentang simpanan lebaran, selanjutnya kami juga menjelaskan bahwa tidak adanya biaya administrasi bulanan. Jadi, harga yang ditawarkan BMT NU Cabang Larangan sangat terjangkau karna selain tidak adanya biaya administrasi setiap bulan, anggota juga mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan."⁴²

Dari pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa bauran pemasaran yang dipakai pada saat pemasaran yaitu mengenai harga (*price*), tidak adanya biaya administrasi bulanan tetapi mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan.

⁴¹ Fariqul Isbahah, Kepala Cabang, wawancara langsung 9 Januari 2024

⁴² Ainur Rosyadi, bagian tabungan, wawancara langsung 9 Januari 2024

Pernyataan tersebut juga didukung oleh staff pelayanan yaitu Silviana Ayu, dalam cuplikan wawancaranya, yaitu:

"Kami menjelaskan kepada calon anggota bahwa ini adalah produk simpanan lebaran. Selain itu, kami menjelaskan tentang simpanan lebaran yaitu simpanan yang bisa diambil ketika menjelang hari raya idul fitri. Dimana, hasil dari simpanan lebaran ini bisa diambil berupa uang maupun bahan pokok makanan seperti gula, minyak, tepung ataupun bahan pokok lainnya yang diperlukan oleh anggota simpanan lebaran sesuai dengan saldo simpanan lebaran tersebut. Bagi para anggota yang ingin menabung tidak perlu repot-repot datang ke kantor karena pihak BMT NU Cabang Larangan akan menjemput tabungannya kerumah ataupun ketempat kerja anggota yang ingin menabung."⁴³

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap simpanan lebaran tidak sepenuhnya memahami karena pada saat dijelaskan nasabah masih tidak terlalu peduli terhadap simpanan lebaran. Jadi, BMT NU Cabang Larangan menawarkan hasil dari simpanan tersebut bisa diambil dalam bentuk uang ataupun bahan pokok makanan yang sesuai dengan saldo simpanan lebaran tersebut. Selain itu, anggota penabung tidak perlu repot datang ke kantor karena ada pihak BMT NU Cabang Larangan yang menjemput tabungannya kerumah atau tempat kerja masing-masing anggota yang ingin menabung.

Hal yang disampaikan oleh Ibu Muslimah selaku anggota di BMT NU Cabang Larangan

“Kurang lebih 4 tahun saya menggunakan simpanan lebaran di BMT NU Cabang Larangan ini saya membutuhkan dana ketika bulan puasa dan menjelang hari lebaran. Saya merasa aman selama menabung di BMT. Jadi

⁴³ Silviana Ayu, Staff Pelayanan, wawancara langsung 13 Januari 2024

saya tidak merasa khawatir ketika uang tabungan saya di BMT karena sudah terjamin keamanannya. Saya menggunakan produk simpanan juga karena bagi hasilnya lebih banyak dari pada produk simpanan yang lain.”⁴⁴

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa anggota mempersiapkan dana untuk memenuhi kebutuhan dibulan puasa dan menjelang lebaran.

2. Faktor pendukung penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan.

Dari hasil wawancara peneliti dalam meneliti faktor-faktor yang dapat meningkatkan jumlah anggota ada banyak faktor. Berikut dari penjelasan Ibu Fariqul Isbahah, beliau mengatakan:

“Faktor pendukung strategi yang kami gunakan untuk menarik minat anggota yaitu lebih memaksimalkan pada *service excelent*. Dan juga meyakinkan kepada anggota maupun calon anggota bahwa nabung di BMT itu aman.”⁴⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Ainur dalam wawancara sebagai berikut:

“Memang faktor pendukung penerapan strategi yang kami lebih mengutamakan pelayanan, sebagaimana pengelola BMT melakukan sosialisasi ke daerah tertentu agar masyarakat lebih mengenal BMT dan juga produk yang ada di BMT. Kita tidak hanya fokus di strategi nya akan tetapi bagaimana perlakuan dan pendekatan dari masing-masing petugas terhadap

⁴⁴ Muslimah, Anggota BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (4 Maret 2024)

⁴⁵ Fariqul Isbahah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (9 Januari 2024)

anggota. Karena tidak semua kalangan masyarakat mengenal BMT NU dan juga produknya.”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas, faktor pendukung penerapan strategi pemasaran produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Larangan dalam menarik minat anggota yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik karena sangat mudah untuk melakukan pemasaran simpanan lebaran. Dan yang paling penting menjaga keamanan tabungan agar tetap terjaga rasa kepercayaan kepada anggota.

Dalam menjelaskan kepada anggota, Ibu Silviana Ayu selaku Staff Pelayanan BMT NU mengutarakan:

“Kita menjelaskan kepada anggota secara rinci, dari manfaat meyimpan secara aman uangnya tanpa mengurangi sepersenpun, tidak adanya *ujrah* (ongkos) setiap bulannya, dan akan mendapatkan bagi hasil untuk setiap bulannya tergantung dari persentase bagi hasilnya. Semua tergantung penyampaian pengelola BMT saat memasarkan produknya, jika cara penyampaiannya baik maka akan diterima dengan baik pula oleh anggota lama ataupun dari calon anggota. Dan juga menyesuaikan dengan kebutuhan anggota itu sendiri.”⁴⁷

Dari hasil wawancara diatas sikap anggota dalam menanggapi yang disampaikan oleh pengelola tentang produk simpanan lebaran itu tergantung dari cara penyampaian pengelola BMT karena cara pandang setiap anggota itu berbeda.

⁴⁶ Ainur Rosyadi, bagian tabungan BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (9 Januari 2024)

⁴⁷ Silviana Ayu, Staff Layanan BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (13 Januari 2024)

Hal yang dirasakan oleh anggota simpanan lebaran dalam memilih produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Larangan. Pada wawancara kali ini, Ibu Anik Hernawati menjelaskan:

“Saya memilih produk simpanan lebaran ini karena sangat membantu bagi saya saat bulan puasa, jadi saya sebagai pedagang mempersiapkan stok barang dagangan. Karena ketika tidak disiapkan, maka pada saat bulan puasa saya mengalami kekurangan dari segi modal, juga saya akan mempersiapkan parcel untuk pelanggan dan juga keluarga saya.”⁴⁸

Hal senada serupa juga disampaikan oleh Ibu Muslimah, beliau menyampaikan :

“Banyak sekali kebutuhan saat menjelang hari lebaran. Terutama bagi seseorang yang sudah berkeluarga apalagi sudah memiliki anak seperti saya. Saat menjelang lebaran harus membeli baju baru untuk anak, dan saya tidak perlu memikirkan kebutuhan dihari lebaran tersebut karena sudah mempersiapkan sebelumnya. Dan sudah sangat jelas kebutuhan saat hari lebaran sangat banyak.”⁴⁹

Dari hasil wawancara diatas, para anggota sangat bersyukur dengan adanya produk simpanan lebaran karena sangat membantu sekali terutama bagi pedagang yang punya toko serta karyawan. Selain itu, uang simpanan lebaran juga dipersiapkan untuk barang dagangannya ketika bulan puasa karena tingkat kebutuhan para konsumen yang meningkat. Dan juga dibuat parcel untuk pelanggan tetap dan juga keluarga pemilik toko tersebut. Anggota tidak akan merasa bingung dalam segi finansial karena sudah ada persiapan dari sebelum hari lebaran. Pada produk ini waktunya sangat tepat karena simpanan ini berfokus

⁴⁸ Anik Hernawati, anggota BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (17 Maret 2024)

⁴⁹ Muslimah, anggota BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (4 Maret 2024)

pada saat bulan puasa dan hari lebaran, jadi simpanan ini bisa diambil ketika bulan puasa saja.

Adapun dari faktor lain, Ibu Safitri Mujiani menjelaskan karena didorong oleh kebutuhan. Beliau mengatakan bahwa sudah nyaman dan tidak akan berpindah dari BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan, karena kebutuhannya pada hari lebaran sudah ada. Beliau menjelaskan:

“Saya selama menjadi anggota tidak pernah mengalami suatu kendala, dan saya tidak akan berpindah tempat kepada lembaga simpanan lainnya. Apalagi saya tidak perlu repot ke kantor untuk menabung karena pihak BMT NU Cabang Larangan menjemput tabungan saya kerumah.”⁵⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Zainollah selaku anggota produk simpanan lebaran. Beliau menyampaikan:

“Saya merasakan manfaat menabung di produk simpanan lebaran ini karena dapat membantu saya mengelola keuangan dengan baik dan menikmati momen lebaran dengan tenang dan bahagia tanpa memikirkan dana untuk membeli sandang dan pangan.”

Dari hasil wawancara diatas sudah jelas anggota gemar untuk menabung karena selain tidak ada kendala, juga tidak perlu repot datang ke kantor setiap saat untuk menabung karena sudah ada yang menjemput tabungan kerumahnya. Selain itu, produk simpanan lebaran ini sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan dibulan puasa.

⁵⁰ Safitri Mujiani, anggota BMT NU Cabang Larangan, *wawancara langsung* (17 Maret 2024)

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil paparan data penulis menemukan beberapa penemuan diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan.

Ada beberapa strategi dalam meningkatkan jumlah anggota melalui produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan sebagai berikut:

- a. Segmentasi berdasarkan tata letak tempat atau wilayah yang dibidik BMT NU Cabang Larangan ialah mencakup daerah kecamatan Larangan.
- b. Targeting yang ditawarkan BMT NU Cabang Larangan yaitu simpanan lebaran kepada semua kalangan masyarakat tidak terkecuali.
- c. Positioning berdasarkan penentuan posisi hasil keunggulan bersaing yaitu BMT NU Cabang Larangan dalam simpanan lebaran bagi hasilnya lebih banyak dari pada produk simpanan lainnya.
- d. Pelayanan yang diterapkan di BMT NU Cabang Larangan disini bisa dikatakan memuaskan terhadap anggota sehingga dapat menarik minat anggota. Dapat dikatakan memuaskan karena karyawannya melayani anggota dengan sangat baik dan penuh

pengertian sehingga anggota merasa nyaman dengan pelayanan tersebut.

- e. Lokasinya yang berada didaerah dekat pasar Blumbungan sehingga memudahkan pengelola BMT NU Cabang Larangan melakukan pemasaran produk simpanan lebaran kepada pedagang.
- f. Untuk produknya sangatlah menarik dengan setoran awal Rp. 10.000 dan untuk selanjutnya minimal Rp. 5.000 sehingga mudah dijangkau.
- g. Strategi harganya dengan nominal yang kecil akan tetapi bagi hasilnya setiap bulan bagi anggota sangat menguntungkan dengan menggunakan akad *mudlarabah mutlaqoh*.
- h. Untuk strategi promosi, bisa dengan melakukan sosialisasi daerah tertentu dan juga melalui media sosial yaitu *WhatsApp*.
- i. Melindungi informasi pribadi anggota dengan teknologi keamanan yang kuat dan kebijakan yang ketat.
- j. Jika uang simpanan lebaran ini akan ditarik, pihak BMT juga bisa mendatangi rumah anggota sehingga anggota tidak perlu datang ke kantor BMT untuk melakukan penarikan simpanan.
- k. Hasil dari simpanan lebaran ini juga bisa dicairkan dalam bentuk paket sembako atau makanan pokok lainnya sesuai nominal uang yang ada disimpanan lebaran ini.

1. Pada produk simpanan lebaran ini, bagi hasil yang lebih menguntungkan dari pada produk simpanan lainnya sehingga sangat menarik minat anggota untuk menggunakan simpanan lebaran.

2. Faktor pendukung penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan.

Dari hasil temuan data diatas yang dilakukan peneliti, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan yaitu adalah

- a. Melakukan sosialisasi dengan memperkenalkan produk kepada masyarakat. Artinya pihak BMT NU dalam melakukan sosialisasi juga membagikan brosur lalu memperkenalkan dan juga menjelaskan secara rinci terkait produk tersebut. Pihak BMT NU juga memanfaatkan sosial media dengan memposting tentang BMT NU.
- b. Adanya kendaraan berupa sepeda motor yang difasilitasi BMT NU untuk para karyawan sehingga memudahkan dalam menjemput tabungan ke setiap rumah atau daerah dan juga memudahkan para karyawan melakukan strategi pemasaran.
- c. Penabung tertinggi atau anggota yang banyak berpengaruh ke BMT NU Cabang Larangan akan mendapatkan bingkisan. Ini juga termasuk strategi untuk meningkatkan anggota maupun nominal yang ada di

BMT NU Cabang Larangan. Artinya, pihak BMT NU Cabang Larangan setiap bulan ramadhan juga memberikan bingkisan kepada anggota yang banyak berpengaruh dalam meningkatkan jumlah anggota dan juga nominal.

- d. BMT NU juga mempunyai kelompok anggota seperti FORSA (forum silaturahmi anggota). Jadi pihak BMT NU juga bisa memanfaatkan waktu tersebut untuk memasarkan produknya.

D. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan dengan jelas tentang beberapa hal yang berkaitan dengan temuan hasil penelitian yang telah di peroleh di lapangan.

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Di dalam strategi pemasaran terdapat istilah *marketing mix* atau bauran pemasaran yang dimana bauran pemasaran merupakan alat klasik untuk membantu merencanakan apa yang akan ditawarkan dan bagaimana cara menawarkannya kepada pelanggan.

Marketing mix pada dasarnya 4 poin utama yaitu produk, harga, tempat dan promosi.⁵¹

Simpanan lebaran adalah simpanan yang diperuntukkan bagi umat islam untuk mempersiapkan menyambut hari raya idul fitri atau lebaran. Simpanan lebaran diartikan tabungan terencana yang memberikan kemudahan bagi masyarakat mengarahkan dananya dalam menyiapkan kebutuhan dibulan puasa dan lebaran. Pengambilan simpanan lebaran ini hanya bisa dilakukan saat bulan puasa.

Strategi pemasaran simpanan lebaran sebagaimana penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat di gambarkan bahwa strategi pemasaran simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan sebagai berikut:

a. Segmenting

Sebagai salah satu strategi pemasarannya, dalam hal ini BMT NU Cabang Larangan membagi setiap pegawainya dalam memasarkan produk simpanan lebaran agar lebih merata. Setiap pegawai mempunyai tugas masing- masing sesuai wilayah yang telah ditentukan. Dalam strategi pemasaran ini, profesi calon anggota dan batasan usia tidak menjadi tolak ukur BMT NU Cabang Larangan

⁵¹ Felicia Yolanda, Jajok Dwiridhotjahjono, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi volume 16 Nomor 1

dalam segmentasi pasar dan peningkatan jumlah anggota simpanan lebaran.

b. Targeting

Target pasar BMT NU Cabang Larangan dalam memasarkan produk simpanan lebaran telah menentukan siapa yang menjadi targetnya, dimana kita menentukan target pasar khususnya masyarakat yang lokasi strategis tanpa memandang status sosial. Lokasi yang strategis menurut kami seperti pasar, pemukiman padat penduduk, dan juga para pengusaha.

c. Positioning

BMT NU Cabang Larangan memposisikan diri sebagai lembaga yang dapat di percaya oleh masyarakat dengan memberikan pelayanan yang amanah dan aman supaya timbul kepercayaan dari masyarakat agar masyarakat berminat menabung di BMT NU Cabang Larangan. Dengan demikian, masyarakat akan menilai bahwa BMT NU Cabang Larangan merupakan solusi terbaik untuk memberikan pelayanan produk dan jasa dengan proses cepat dan praktis tidak ribet

Setelah menetapkan STP (segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar), maka selanjutnya adalah *marketing mix*. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi

konsumennya. Bauran pemasaran (marketing mix) yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Larangan sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Produk adalah apapun yang dapat ditawarkan untuk pasar yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan tertentu.⁵² Dari hasil penelitian menunjukkan bahwasanya produk simpanan lebaran yang dijalankan oleh BMT NU Cabang Larangan merupakan salah satu produk tabungan yang dibutuhkan oleh anggota maupun calon anggota sehingga adanya produk simpanan lebaran membantu dalam mempersiapkan kebutuhan lebaran yang lebih tertata. Kebiasaan menabung yang terbentuk dari persiapan lebaran dapat membawa manfaat jangka panjang dalam mengelola keuangan secara keseluruhan. Dalam hal ini BMT NU Cabang Larangan memiliki produk simpanan lebaran dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan anggota serta kepuasan dalam menggunakan simpanan lebaran.

b. Harga (*Price*)

⁵² Taufan Hidayat, *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 17, Nomor 2, 2020, 101

Harga menurut Kotler dan Armstrong adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk dan jasa.⁵³ Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya, baik berupa barang maupun jasa. Adapun penelitian sebelumnya membuktikan bahwa variable harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁵⁴ Dari hasil wawancara bahwa dalam menentukan harga yang ditawarkan BMT NU dalam produk simpanan lebaran ini sangat terjangkau karena dengan setoran awal Rp. 10.000 dan setorannya selanjutnya Rp. 5.000 tetapi bagi hasilnya tiap bulan sangat menguntungkan untuk anggota simpanan lebaran ini. Pihak BMT NU Cabang Larangan juga memberikan bebas administrasi setiap bulan bagi anggota dan juga mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan.

c. Saluran distribusi (*Place*)

Saluran distribusi atau saluran pemasaran dapat dilihat sebagai sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlihat dalam proses penyediaan sebuah produk

⁵³ Friani Gloria Igir, dkk, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2 Tahun 2018: 89

⁵⁴ Vicky, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Top 100 Grand Batam MALL” (skripsi, UNIVERSITAS PUTERA BATAM, Batam, 2021)

atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi.⁵⁵ Distribusi menjadi bagian dari bauran pemasaran yang mempertimbangkan bagaimana penyampaian produk yang dipasarkan. Di BMT NU Cabang Larangan menggunakan distribusi untuk jasa. Hasil wawancara mengenai saluran distribusi yaitu BMT NU Cabang Larangan dalam mendistribusikan produk simpanan lebaran agar bisa sampai kepada anggota maupun calon anggota menggunakan cara menjemput tabungan secara langsung kepada para anggota untuk mempermudah dan memberi kenyamanan kepada para anggota. Perencanaan pada saluran distribusi dalam pemasarannya dengan menentukan target operasi seperti pengajian muslimat, pedagang, rumah yang terdapat banyak penduduk masyarakat dan pasar. Lokasi BMT NU Cabang Larangan berada diselatan pasar Blumbungan yang digunakan untuk saluran distribusi yaitu melakukan transaksi keuangan seperti pembukaan rekening, penarikan tunai, dan konsultasi dengan petugas layanan.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan

⁵⁵ Felicia Wijaya, dkk. *Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada PT. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan)*, *JURNAL DARMA AGUNG* Volume XXVII, Nomor 2, Agustus 2019: 976

orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk.⁵⁶ Dalam hal promosi terjadi proses penyajian pesan yang ditujukan untuk membantu menjual barang atau jasa. Suatu produk perlu memiliki keunikan untuk dapat bersaing dipasar. Promosi dapat digunakan sebagai cara membuat produk terlihat berbeda diantara produk-produk lain yang serupa karena produk yang dianggap berbeda memiliki potensi menimbulkan daya tarik yang lebih besar.

Kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik akan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli, mengonsumsi atau memakai produk yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan suatu perusahaan.⁵⁷ Ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, promosi penjualan sudah semestinya dapat diprogramkan secara sistematis dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang pada

⁵⁶ Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko, *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur*, jurnal manajemen Vol. 06. No. 1A April 2018: 93

⁵⁷ Kasino Martowinangun, dkk. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung*, jurnal Management Vol. I, No. 2, Juni 2019: 141

akhirnya apat penjualan ritel.⁵⁸ Dari hasil wawancara dalam strategi pemasaran, BMT NU Cabang Larangan melakukan promosi ke daerah tertentu untuk sosialisasi mengenai produk yang ada di BMT NU. Selain itu, BMT NU Cabang Larangan juga melakukan promosi di media sosial yaitu WhatsApp. Strategi promosi pada simpanan lebaran ini memiliki daya tarik karena hasil dari simpanan lebaran ini bisa dicairkan dalam bentuk paket sembako atau makanan pokok lainnya sesuai nominal uang yang ada pada simpanan lebaran ini sehingga anggota tertarik dalam menggunakan produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Larangan.

2. Faktor pendukung penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan lebaran di KSPPS BMT NU Cabang Larangan.

Berbicara perihal faktor pendukung pada strategi pemasaran produk simpanan lebaran berdasarkan hasil temuan dari yang peneliti dapatkan BMT NU Cabang Larangan salah satunya adalah lokasi BMT NU Cabang Larangan yaitu:

a. Kualitas pelayanan

⁵⁸ Budi Prasetyo, dkk. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota*, jurnal ilmiah dan manajemen ekonomi dan akuntansi VOL. 2 NO. 2 JANUARI - JUNI 2018: 58

Kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.⁵⁹ Pelayanan yang baik akan membuat anggota merasa nyaman dan puas serta ingin terus bergabung di BMT NU Cabang Larangan. Ketika pengelola BMT NU dalam memberikan pelayanan yang baik kepada anggota, maka anggota cenderung setia menggunakan produk yang ada di BMT NU Cabang Larangan. Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan BMT NU Cabang Larangan seperti mendengarkan keluhan atau menjelaskan terkait produk yang kurang dipahami oleh anggota dapat membangun reputasi yang baik bagi BMT NU Cabang Larangan.

b. Transportasi

Transportasi adalah jasa yang digunakan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan-keuntungan ekonomis dalam berbagai kegiatan usaha dan hubungan kemasyarakatan.⁶⁰ Dari hasil penelitian bahwa dalam melakukan strategi pemasaran, BMT NU memberikan fasilitas transportasi untuk para karyawan dalam melakukan sosialisasi

⁵⁹ Riyadin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*, Jurnal Simplex Volume 2, Nomor 1, April 2019: 42

⁶⁰ Viona V. Wakari, dkk, *Daya Dukung Layanan Angkot Berdasarkan Jarak Jangkauan Masyarakat Terhadap Jalur Trayek Di Kota Manado*, Jurnal Spasial Vol 6. No. 3, 2019: 554

ke daerah tertentu dan menjemput tabungan ke setiap rumah atau daerah sehingga para penabung tidak perlu repot datang ke kantor untuk melakukan transaksi. Transportasi yang difasilitasi BMT NU Cabang Larangan memudahkan karyawan untuk mencapai tempat kerja dengan lebih cepat dan efisien serta meningkatkan produktivitas kerja.

c. *Hadiah / Reward*

Pemberian hadiah merupakan salah satu bentuk penyampaian simpati. Manusia termotivasi untuk memberikan hadiah dengan tujuan pertukaran sosial, pertukaran ekonomi, dan berbagi kasih sayang.⁶¹ Penabung tertinggi atau anggota yang banyak berpengaruh ke BMT NU Cabang Larangan akan mendapatkan hadiah. Dan ini merupakan strategi pendukung untuk meningkatkan jumlah anggota maupun nominal yang ada di BMT NU Cabang Larangan. Dalam penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa hadiah merupakan salah satu cara terbaik untuk menyampaikan pesan penting dalam sebuah hubungan yang penting.⁶² Dari hasil wawancara pihak BMT NU Cabang Larangan setiap bulan ramadhan memberikan hadiah kepada penabung

⁶¹ Muchamad Bachtiar, dkk, *Inovasi Bisnis Parsel Dalam Memperkuat Interaksi Sosial*, Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi Vol. 9 No.1, Tahun 2023: 131

⁶² Yunus Yulfianto, "*Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Keputusan Pembelian*" (Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang), 4

tertinggi maupun ke anggota yang banyak berpengaruh dalam hal jumlah anggota dan juga nominal. Pengelola BMT NU Cabang Larangan memberi bingkisan kepada anggota untuk meningkatkan hubungan antara pemberi dan penerima. Tindakan ini menunjukkan perhatian, kepedulian, dan rasa terima kasih yang bisa memperkuat ikatan emosional antara keduanya. Anggota BMT NU Cabang Larangan yang menerima hadiah akan memberikan perasaan bahagia dan merasa diprioritaskan.

d. FORSA

Forum adalah wadah atau tempat pertemuan sebuah komunitas yang memiliki persamaan minat dan tujuan untuk bertukar pikiran suatu topic atau masalah secara bebas yang berkaitan dengan forum tersebut.⁶³ BMT NU Cabang Larangan juga mempunyai kelompok anggota seperti FORSA (forum silaturahmi anggota). Dalam hal ini BMT NU Cabang Larangan bisa memanfaatkan waktu tersebut untuk melakukan pemasaran pada produk yang ada di BMT NU.

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa saat ini agar dapat menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dalam sebuah organisasi membutuhkan sebuah usaha yang sifatnya kerja sama atau

⁶³ M. Fandi Maradjabessy, Jouke J. Lasut, Juliana Lumintang, *Interaksi Sosial Forum Mahasiswa Kota Tidore Kepulauan Di Kota Manado*, jurnal HOLISTIK, Vol. 12 No. 1 / Januari-Maret 2019: 5

kolaborasi.⁶⁴ Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya forum silaturahmi anggota BMT NU bisa menguatkan solidaritas. Biasanya suatu forum memiliki visi misi yang sama. Pada Forsa BMT NU Cabang Larangan itu bisa menjadi tempat tukar pikiran yang saling membutuhkan satu sama lain dalam mensejahterakan BMT NU. Karena dalam Forsa disini terdapat pengelola BMT NU, maka anggota yang memiliki keluhan atau kendala bisa langsung diatasi. Selain itu, dengan adanya Forsa juga bisa membuat anggota merasa diprioritaskan dan akan sulit berpindah ke lembaga keuangan lain karena secara sudah terikat secara emosional.

⁶⁴ Binsar Tampahan Siagian dan Dana Indra Sensuse, *Pemetaan Dan Analisis Knowledge Sharing Pada Situs Forum Komunitas Online Kaskus* , jurnal Volume 6, Issues 1, April 2010: 46